

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
FAKULTA TEXTILNÍ

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

LIBEREC 2008

JANA SIMČINOVÁ

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
FAKULTA TEXTILNÍ



Studijní program: B3107 Textil
Studijní obor: 3107R007 Textilní marketing

**PROPAGACE TEXTILNÍCH VÝROBKŮ
Z BIO-BAVLNY**

**PROPAGATION OF ORGANIC COTTON
PRODUCTS**

Jana Simčínová

KHT-598

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Larisa Očeretná

Rozsah práce:

Počet stran textu... 46

Počet obrázků..... 1

Počet tabulek..... 3

Počet grafů 11

Počet příloh..... 2

Zadání bakalářské práce
(vložit originál)

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušila autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb. O právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v Univerzitní knihovně TUL.

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č.121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že TUL má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědoma toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem TUL, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených univerzitou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše).

V Liberci dne 12. května 2008

.....
Podpis

PODĚKOVÁNÍ

Tímto bych chtěla poděkovat vedoucí mé bakalářské práce Ing. Larise Očeretné za odborné vedení, podnětné rady a připomínky při zpracování této práce.

ANOTACE

Tato bakalářská práce se zabývá propagací textilních výrobků z biobavlny. Seznamuje s konvenčními a nekonvenčními způsoby pěstování, zpracování a konečných úprav bavlny. Porovnává výhody a nevýhody bavlny a biobavlny. Práce zodpovídá otázky jako kdo zajišťuje certifikaci a k čemu slouží. Představuje prodejce bioblečení na našem trhu. Marketingovým průzkumem byla zjištěna znalost a zájem respondentů o zboží z biobavlny.

KLÍČOVÁ SLOVA:

Bavlna

Biobavlna

Marketingový průzkum

Dotazník

Propagace

ANNOTATION

This bachelor thesis deals with the propagation of textile products made of organic cotton. It introduces conventional and unconventional ways of growing, processing and final adjustment of cotton. This bachelor thesis compares advantages and disadvantages of cotton and organic cotton using. It answers the question, who provides its certification and what the certification serves for. It introduces bioclothing - sellers. Knowledge and interest in organic cotton products were found out by marketing survey.

KEY WORDS:

Cotton

Organic cotton

Marketing survey

Questionary

Propagation

OBSAH

ÚVOD	10
1 NALEZENÍ BAVLNÍKU A VYUŽITÍ HO V TEXTILNÍM PRŮMYSLU	12
1.1 Začátky pěstování bavlny	12
1.2 Začátky bavlnářského průmyslu	12
2 PROBLÉMY S PĚSTOVÁNÍM KONVENČNÍ I NEKONVENČNÍ BAVLNY ..	14
2.1 Dopady při pěstování konvenční bavlny	14
2.1.1 Vliv používání pesticidů na ekologii a pracovní sílu.....	15
2.1.2 Zpracování a zušlechťování bavlny	16
2.1.3 Finální úpravy textilních materiálů z bavlny	16
2.1.4 Výhody a nevýhody konvenčně pěstované bavlny	17
2.2 Pěstování nekonvenční bavlny.....	18
2.2.1 Historie a současnost biobavlny	18
2.2.2 Pěstování biobavlny	18
2.2.3 Možná řešení a varianty při pěstování biobavlny	19
2.2.4 Výhody a nevýhody nekonvenčně pěstované bavlny	20
2.2.5 Zpracování a zušlechťování biobavlny	21
2.2.6 Finální úpravy biobavlny	21
2.3 Účel certifikace biobavlny	21
2.4 Nejznámější světové „bio“ organizace v textilní branži	22
2.5 Označení textilního zboží z biobavlny.....	24
2.6 Přehled současné nabídky textilního zboží z biobavlny v Čechách	25
3 MARKETINGOVÝ PRŮZKUM	27
3.1 Plán marketingového průzkumu	27
3.1.1 Definování problému výzkumu	27
3.1.2 Stanovení cílů výzkumu.....	27
3.1.3 Sekundární data.....	28
3.1.4 Návrh koncepce marketingového průzkumu	28
3.2 Analýza a vyhodnocení získaných informací	29
3.2.1 Vyhodnocení filtračních otázek	29
3.2.2 Vyhodnocení otázek o subjektu.....	31
3.3 Interpretace výsledků zjištěných z průzkumu.....	38

4	PROPAGACE TEXTILNÍHO ZBOŽÍ Z BIOBAVLNY	39
4.1	Návrhy na propagaci zboží z biobavlny	39
4.2	Doporučené zviditelnění zboží z biobavlny.....	40
	ZÁVĚR	42
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	
	SEZNAM PŘÍLOH	

Seznam zkratek

Obr.	obrázek
Tab.	tabulka
př. n. l.	před naším letopočtem
stol.	století
tzv.	takzvaně
apod.	a podobně
popř.	popřípadě

ÚVOD

Bavlna patří mezi nejznámější plodinu vůbec. Její počátky sahají hluboko do dějin. Už v té době byla nejpoužívanější plodinou pro uspokojení rostoucí poptávky po oblečení.

V dnešní době bavlnu každý zná a nosí ji. Je měkká, pohodlná a velmi oblíbená. Používá se téměř pro každý typ oblečení, ručníkovin, stolního a ložního prádla. Mnoha lidmi je upřednostňována před ostatními typy vláken různého typu.

Pěstování bavlny, ať tak nebo onak, je tvrdé pro životní prostředí. Již dnes existuje řada iniciativ, které se zaměřují na ovlivňování a řešení sociálních a environmentálních dopadů při pěstování a zpracování bavlny. Zemědělci nebo výrobci bavlny začínají snižovat množství používaných chemických prostředků, které jsou s pěstováním bavlny vázány. Další variantou, zejména pro menší zemědělce, je přejít na pěstování biobavlny.

Biobavlna by se měla pěstovat bez použití chemických prostředků, umělých hnojiv a pesticidů. Organické zemědělství používá metody, které jsou ekologické, ekonomické a společensky udržitelné. Biobavlna, aby mohla být prodávána jako organická, musí být pěstována podle mezinárodních norem pro organickou rostlinnou produkci. Certifikace by měla spotřebiteli zaručit kvalitu, pravost a ujištění že se jedná skutečně o biobavlnu.

Cílem této práce je seznámení s bavlnou a biobavlnou, z hlediska jejich pěstování, zpracování a finálních úpravách. Tato práce umožní čtenářům nahlédnout do skutečností a dopadů světového bavlnářského průmyslu.

První část poskytuje přehled o používání chemických přípravků a pesticidů používaných zejména pro to, aby bavlna byla vypěstována a zpracována s co nejmenšími problémy a předložena co nejdříve k dalším procesům. Budou uvedeny důsledky a negativní dopady, které s používáním chemických přípravků souvisí. Budou představeny výhody a nevýhody bavlny a biobavlny. Práce seznamuje s možnými varianty organických náhrad při pěstování, zpracování a finálních úprav biobavlny. Charakterizuje účel certifikace, proč se používá a k čemu slouží. Uvádí se zde několik světově známých organizací, které zaručují pravost biobavlny, a dovede Vás k biobavlněnému zboží v Čechách.

Druhá část se bude zabývat marketingovým průzkumem, na jehož základě se zjistí celková znalost respondentů o biobavlně. Marketingový průzkum bude prováděn formou dotazníků. Na základě dotazování se respondentů a zaznamenávání jejich odpovědí bude dotazníkem zjištěn celkový zájem a znalost biobavlny na trhu včetně toho, kolik jsou vůbec respondenti schopni za oblečení z biobavlny zaplatit.

Třetí část bude věnována propagaci textilního zboží z biobavlny. Na základě výsledků z průzkumu budou vypracována doporučení ohledně propagace a zviditelnění textilního zboží z biobavlny na českém trhu.

1 NALEZENÍ BAVLNÍKU A VYUŽITÍ HO V TEXTILNÍM PRŮMYSLU

Bavlník byl objeven vědci v Mexiku už 5 800 let př. n. l.. Ale nálezy bavlny a textilie z ní pocházejí z Pákistánu kolem 3000 let př. n. l.. Nejstarší písemná zmínka o bavlně je datována 1 500 let př. n. l.

1.1 Začátky pěstování bavlny

Arabští obchodníci přinesli látku z bavlny do Evropy v roce 800. Do roku 1 500 byla bavlna obecně známá po celém světě.

V roce 1322 John Mandeville napsal o bavlně jako o stromu nesoucí malá jehňata na jeho větví. Tento zřetel se stal jménem pro bavlnu v několika jazycích, např. Baumwolle v překladu „vlna stromu“.

Podle informačních zdrojů byly první zmínky, kdy se začala bavlna pěstovat, z roku 1556. Na Floridě a ve Virginii začala být pěstována v roce 1607. Od 17. - 18. stol. se začíná pěstovat ve státech Florida, Carolina, Louisiana, Georgia. [1, 5 - 8]

1.2 Začátky bavlnářského průmyslu

Kolem roku 1720 jsou v Anglii stížnosti na nedostatek vlněných i bavlněných přízí. Spřádací proces, který se sestával z použití kolovrátku a ruční práce, byl velmi pomalý a tkalcové byli většinou odkázáni na zdlouhavé čekání na příze. To vyprovokovalo sdružení Society of Arts roku 1761 k vypsání ceny za vynález stroje, který by byl nejen produktivní, ale mohl by být obsluhován pouze jednou osobou. Řešení se však nenalezlo nejdříve pro vlnu, jak si všichni v té době mysleli, že tomu tak bude, ale pro spřádání bavlny. Bavlna se tak stala bodem textilního průmyslu v Anglii, když byla v roce 1730 poprvé předena v Anglii. Velkým přínosem pro bavlnu byla tato průmyslová revoluce v Anglii a vynález vyzrňovacího stroje ve Spojených státech.

Textilie z bavlny chtěl každý a zpracovatelé bavlny nemohli ustát vysokou poptávku. Na to reagoval James Hargreaves, který zlepšil výrobu nitě tím, že vynalezl jednoduchý spřádací stroj. Tento stroj muselo obsluhovat několik lidí. Byl sám o sobě nefunkční a tak dalším vynálezcem zlepšeného spřádacího stroje, který byl poháněn vodní silou, byl Richard Arkwright.

Bod zlomu nastal kolem roku 1779, kdy Samuel Crompton přišel se spřádacím strojem, který byl složen spojením dvou předešlých spřádacích strojů. Cromptonova „mule“ představovala univerzální spřádací stroj pro diskontinuální spřádání. Tato „Cromptonova mule“ poskytla tužší a jemnější bavlněnou přízi. Tkalcí tak konečně drželi krok s dodávkou příze.

Edmund Cartwright vynalezl v roce 1785 tkalcovský stav. Henry Cort nahradil dřevěné stroje za nové stroje ze železa. Tkalcovské stavy byly ovládány parními stroji a ty byly poháněné uhlím.

Pěstitelé bavlny si stěžovali na velmi náročnou práci, která spočívala v odstranění semen z bavlny. V roce 1793 byli vyslyšeni, když v USA byl vynalezen stroj Elim Whitneyem - „cotton gin“ k vyzrňování chomáčů bavlny, který odstranil časově náročnou ruční práci bránící efektivnímu zpracování. [1, 5 - 8]

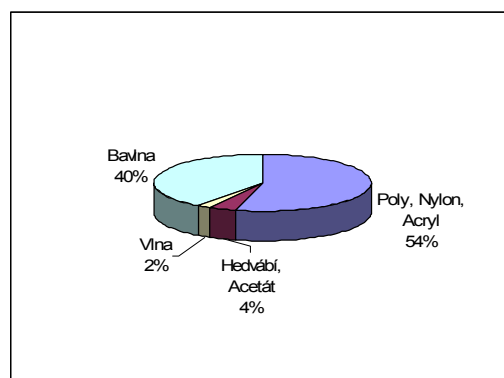
2 PROBLÉMY S PĚSTOVÁNÍM KONVENČNÍ I NEKONVENČNÍ BAVLNY

Konvenční pěstování bavlny znamená pěstování bavlny jako takové. Při pěstování bavlny se zahrnuje používání chemických a běžných prostředků bez ohledu na dopad na životní prostředí.

Nekonvenční pěstování bavlny je pěstování bio (organické) bavlny, tedy pěstování bavlny bez použití jakýchkoliv chemických prostředků.

2.1 Dopady při pěstování konvenční bavlny

Bavlna je v dnešní době pořád nejdůležitější surovinou pro výrobu oděvů (jak je patrné z níže uvedeného obr. 1). Pěstování tohoto vlákna je velmi náročné na klimatické podmínky, kvalitu půdy a množství vody.



Obr. 1 Světová produkce nejpoužívanějších přírodních a chemických vláken v roce 2006 [10]

V současné době se zjišťují problémy spojené s pěstováním bavlny. Tyto problémy upozorňují obzvláště na to, co se musí vynaložit na sklizení bavlny od zasazení semen bavlníků až po sklizeň bavlny. Také ale upozorňují na znečišťování přírodních zdrojů. Umělá hnojiva, která se používají pro její pěstování, obsahují chemikálie, které se dostávají do spodních vod. [11, 12]

Patří mezi ně:

- herbicidy - používají se k hubení nežádoucích rostlin;
- insekticidy - používají se k hubení hmyzu;
- fungicidy - protiplísňové prostředky;

- defolianty - používají se k uschnutí zelených částí rostliny, pro snadnější sklizeň. [13]

2.1.1 Vliv používání pesticidů na ekologii a pracovní sílu

Používání pesticidů v zemědělství znali už Římané ze starověkého Říma. Škůdce zabíjeli hořící sírou. Koncem devatenáctého století američtí farmáři používali při boji proti hmyzím škůdcům nikotinový sulfát, arzeničnan vápnatý, síru a další. Výsledek byl často neuspokojivý kvůli primitivní chemii a aplikačním metodám. Objevení, používání a výroba pesticidů začala až po druhé světové válce. Mezi prvními insekticidy byly například DDT (dichlordifenyltrichlorethan), aldrin, endrin. Jednalo se o vysoce toxické látky, které byly velmi účinné v boji proti hmyzím škůdcům. V té době byly levné, efektivní a velmi populární. V dnešní době se nejvíce používají jiné tři velmi nebezpečné chemikálie škodlivé lidskému zdraví: aldicarb, parathion a methamidophos. [14, 15]

Těsně před sklizní zemědělci používají defolianty k tomu, aby uschly zelené části rostliny a opadaly listy. Díky tomu se pak bavlna dá snadno sklídit pomocí strojů. Při postřiku dochází k rozptýlu do okolí bavlníkových plantáží a působí tak nejen na bavlnu, ale i na zemědělce a způsobují pomalou otravu divoce žijících, hospodářských a domácích zvířat. [2, 16]

Pesticidy, které se používají k tlumení a hubení rostlinných a živočišných škůdců, jsou v dnešní době používány ve velké míře. Jejich používání má za následek stále větší odolnost škůdců vůči pesticidům, a proto se jeho množství neustále zvyšuje. Aplikované pesticidy zabraňují přírodní rozmanitosti hubení škůdců, kterými jsou např. přirozené parazity, včely a ptáci. Škůdci jsou pak vůči pesticidům odolnější a nemají přirozené nepřátele. Některé zdroje uvádějí 10 až 15 % celosvětové spotřeby ze všech pesticidů a 25 % ze všech insekticidů používaných při pěstování bavlny. Roční produkce pesticidů ve světě tvoří 2, 5 miliónů tun. [16, 17]

Mezi největší světové pěstitele bavlny patří: Čína, USA, Indie, Pákistán, Uzbekistán a Turecko a mezi největší světové zpracovatele konvenční bavlny patří: Čína, Indie, USA, Turecko, Brazílie, Indonésie a Mexiko - tyto státy dohromady vyprodukují přes tři čtvrtiny světové bavlny. [18]

Zemědělci, kteří bavlnu pěstují, se neubrání přímému kontaktu se škodlivinami, a to má negativní dopady na jejich zdraví. Nutno podotknout, že na plantážích pracují nejen dospělí, ale i jejich děti. Podle informačních zdrojů ekologického institutu

Veronica je v Indii a v oblasti tzv. bavlníkového pásu nejvyšší úmrtnost právě na otravu pesticidy. [16]

2.1.2 Zpracování a zušlechťování bavlny

Chemicky vypěstovaná bavlna tak putuje dál ve formě balíků. Když dojde na zušlechťování, používají se opět chemikálie pro ušetření nákladů. K bělení bavlny se používá chlór, který vytváří toxické vedlejší látky. K barvení hotových textilií se používá více než 800 druhů barviv aplikovaných za vysoké teploty. Tyto barvy obsahují oleje z nafty a síru. [16]

Tisk obsahuje směsi cínu, draslíku a rozpouštědel. Tyto směsi jsou založené na inkoustech, které obsahují těžké kovy, benzen a organochloridy. [19]

Barvivo většinou obsahuje škodliviny jako jsou:

- halogeny - organické sloučeniny na bázi chrómu, jsou těžko rozložitelné v přírodě, karcinogenní, obsahují: fluor, brom, jód, chlor;
- těžké kovy - arsenik, kadmium, chrom, nikl, olovo;
- azobarviva - benzen, chlor, formaldehyd, naftalen.

Azobarviva tvoří přes 50 % všech vyráběných barviv. U tohoto procesu se použije velké množství vody, které je určeno pro vymytí zbytků barviv. Tato odpadní voda je znečištěna těžkými kovy, která barviva obsahují. [21, 13]

2.1.3 Finální úpravy textilních materiálů z bavlny

Během přeměny bavlny na šatstvo jsou přidávány do produktu chemické látky jako - silikon, vosk, nafta, změkčovadla, těžké kovy, čpavek a formaldehyd. Tyto chemické látky usnadňují další procesy, mezi které patří například nejrozšířenější nemačkové nebo antibakteriální úpravy. [21]

Antibakteriální úpravy se většinou používají již při výrobě, zabraňují tvoření bakterií a mikroorganismů. Používají se na přikrývky a ložní prádlo. Úpravy mohou být aplikované výfukem, vycpávkou, sušením, nátěrem povrchu vlákna nebo přidáním přímo do vlákna. Okysličovadla jako aldehydy, halové prvky a sloučeniny zaútočí na buněčnou membránu, dostanou se do cytoplazmy a ovlivňují tak enzymy mikroorganismů. Aby se tak nestalo, zabraňují tomu kovové směsi jako: kadmium, stříbro, měď a rtuť. [22]

Nemačkové úpravy se provádí za účelem rychlého zotavení během nošení a k vyrovnání vzniklých lomů. Technologický postup spočívá v klocování (napouštění textilií vodnými roztoky barviva), sušení a kondenzaci materiálu. K usnadnění procesu nemačkových úprav se přidává nebezpečná chemická látka zvaná formaldehyd. Formaldehyd ovlivňuje krvetvorbu, mění poměr bílých a červených krvinek a také podporuje vznik ekzémů. [23, 24]

Bavlna se pak několikrát pere ve vodě, která obsahuje mnoho saponátů a kyselin. Odpadní voda, která se vyloučí z tohoto procesu, nejvíce zatěžuje životní prostředí, navíc když tento proces musí nastat několikrát, aby se z látky odstranily chemikálie, které se při vícerém praní stejně neodstraní. Voda, která se z tohoto procesu vyloučí, je silně znečištěna nejen barvivy, ale také chemikáliemi, které se pak mnohdy vypouští do řek. Po mnoha praních malé procento v látce nadále zůstává. V oblečení pak mohou být nežádoucí chemické látky, které se přes kůži dostávají do těla. Zvláštní pozornost je nutné věnovat výrobkům z Vietnamu, prodávaným na tržnicích, které většinou neplní normy ohledně formaldehydu [25, 26]. Nové oblečení by se pak proto mělo vždy před prvním použitím vyprat, zvláště pokud je určené pro děti a mládež. [19]

Čím více zpracovatelských stupňů tkanina nebo pletenina má, tím více toxinů obsahuje. To má za následek velké množství toxických látek v odpadní vodě při vícerém praní.

2.1.4 Výhody a nevýhody konvenčně pěstované bavlny

K výhodám pěstování bavlny konvenčním způsobem patří:

- nízké náklady;
- sklizeň pomocí strojů;
- velká úrodnost.

Mezi nevýhody lze zahrnout:

- používání chemikálií má za následek pomalé otravy;
- zatěžuje životní prostředí;
- ztráta biodiverzity - rozmanitosti organismů;
- zásah do přírodní samoregulace škůdců;
- kontaminace vody a vzduchu;

- větší odolnost škůdců proti hubícím prostředkům a tím se zvyšuje počet používaných pesticidů;
- znečištění půdy a vody;
- otravy a zdravotní rizika u pěstitelů;
- používání neobnovitelných zdrojů.

Jak je vidět, nevýhody u tohoto způsobu pěstování bavlny převládají nad výhodami.

2.2 Pěstování nekonvenční bavlny

2.2.1 Historie a současnost biobavlny

Biobavlna, nebo-li také organická bavlna, se pěstuje už po staletí. Ale poprvé začala být formálně pěstovaná v Turecku v roce 1990. Turecko se stalo průkopníkem v pěstování organické bavlny. Pěstování biobavlny začalo ve městě Kahramanmaras ve východním středozemí. Projekt byl nazvaný „Good Food Fundation“. Produkce biobavlny se zanedlouho rozšířila také do USA a Indie. [27]

V dnešní době je ve světě mnoho malých zemědělců, kteří vlastní 15 - 20 hektarů půdy a pěstují bavlnu bez pesticidů a umělých hnojiv. Tito zemědělci se nedají považovat za organické zemědělce, protože nemají peníze na certifikaci, která potvrzuje pravost biobavlny. Produkce biobavlny podléhá přísné každoroční kontrole, která je velmi nákladná.

Nyní se bio bavlna pěstuje především v Indii, Turecku, USA, Peru, Paraguay a Číně. [17]

2.2.2 Pěstování biobavlny

Zemědělci pěstující biobavlnu ze všeho, co souvisí s konvenčním pěstováním bavlny, dobrovolně vzdávají. Většinou se jedná o zemědělce s malou plošnou výměrou půdy mající ve většině případů menší úrodnost. Zemědělci přijali pěstování biobavlny na svou půdu z mnoha důvodů - vyloučení používání pesticidů, snížení výrobních nákladů a nezatěžování životního prostředí. Ale na druhou stranu neexistuje žádná písemná zmínka o tom, že farmáři přijali pěstování biobavlny za účelem zlepšení jejich výnosů. Pěstování biobavlny probíhá bez použití jakýkoliv chemických přípravků. Organická produkce bavlny se proto musí pečlivě dopředu naplánovat - na jakém místě se bude pěstovat, časté střídání druhů plodin, ukrytí úrody, boj proti plevelům

a schopnost půdy, aby vyprodukovala organickou bavlnu a byla nadále produktivní. [29, 26]

Pěstování organické bavlny probíhá většinou ručně. Při zasazení semen bavlníku nejsou používána syntetická hnojiva, namísto toho se používají organická hnojiva jako jsou kompost a zvířecí hnůj. Při jejím pěstování se nepoužívají žádné chemikálie (pesticidy) jako herbicidy a insekticidy, které mají za úkol zničit parazita nebo nežádoucí rostliny. Nejsou použity také žádné chemické postřiky před sklizní, jako jsou defolianty. Důraz se klade na navrácení přírodní rovnováhy. [15]

2.2.3 Možná řešení a varianty při pěstování biobavlny

Jak se těmto nevyhnutelným problémům, které jsou spojeny s pěstování bavlny, nekonvenční zemědělci brání? Vracejí se k tradičním postupům pěstování bavlny, kdy se teprve s pěstováním začínalo a neměli k tomu prostředky, jaké máme dnes. Ekologičtí zemědělci tak využívají přirozené metody ochrany před škůdci.

Snaží se, aby půdě navrátili mikroorganismy, kteří se starají o zlepšení půdní struktury, minerální výživu bavlny a výživu jako takovou. Tuto půdu musí nejdříve „očistit“ od zbytků pesticidů a dalších syntetických prostředků. To zpravidla trvá 3 roky, kdy během těchto tří let zemědělci pěstují tzv. „přechodnou“ bavlnu, která se už pěstuje bez chemických prostředků, ale nelze ji označit jako biobavlnu. [31]

Zemědělci krmí půdu a půdní organismy zase na oplátku vyživují rostlinu. Další metodou jak ovlivnit úrodu plodin, je pravidelné střídání plodin s tzv. leguminózami, rostlinami, jejichž kořeny dovedou vázat vzdušný kyslík. Půda je vyživována také pomocí kompostů a zvířecího hnoje. Poskytování dusíku bavlně zaručují „krycí plodiny“ - obilniny (pohanka setá), luskoviny (hrách setý, vikev huňatá) a pícniny (vojtěška setá, jetel setý a jetel plazivý). Tyto plodiny kryjí půdu a navíc ji chrání před chladem a sesuvy půdy. Další varianta, která se k ochraně půdy naskýtá, je zapařená sláma. [15, 28, 30, 31]

Místo insekticidů používají takový hmyz, který škůdce bavlny zbaví. Jsou to takzvaní „hmyzí predátoři“, které podle zdrojů University of Florida pěstují dokonce vězni. Mezi ně patří i tzv. parazitické „vosíčky“ mající za úkol požírat molicu, která způsobuje předčasné usychání bavlny. Další používanou technikou je, že škodlivý hmyz se chytá do pastí nalákáním pomocí feromonů. Ten se pak zabíjí příslušným organickým insekticidem, mezi něž patří insekticidní mýdlo ve formě mýdlových spršek. [31, 32]

Místo herbicidů používají také vypěstovaný druh, který požírá plevel, jenž roste a zabírá tak v pěstování bavlny. Další organickou variantou je buď ruční okopávání plevelu nebo použití speciálních strojů.

Místo defoliačních postřiků se používá technika zastavení příjmů vody. Ta se s oblibou používá v teplejších regionech, kde bavlník musí být zbaven listů a zelených částí z důvodu kvality před začátkem zimních dešťů. Potom se použijí již kvalifikované a přezkoušené prostředky k vyživování vláken v tobolce, aby vlákna vyhrázla ven, tobolka se otevřela a opadaly listy. Další používanou častou alternativou jsou postřiky bavlny kyselinou citrónovou, kouřového dýmu, či námrazů nebo také pomocí tzv. tepelné defoliace. Zelené části rostliny se mohou také spálit s pomocí stroje s propanovými hořáky. [31]

2.2.4 Výhody a nevýhody nekonvenčně pěstované bavlny:

Mezi nevýhody lze zahrnout:

- vysoké náklady;
- ruční sběr;
- menší rozloha pozemku - menší úrodnost;
- vlákno biobavlny je většinou kratší a proto náročnější na další zpracování;
- každoroční kontroly a certifikace.

K výhodám pěstování biobavlny patří:

- nezatěžuje životní prostředí;
- nezpůsobuje alergické a jiné reakce při kontaktu s pokožkou (jak u výrobců, tak i u spotřebitelů);
- dbá na přírodní samoregulaci, biodiverzitu;
- soulad s přírodními systémy a cykly;
- biologická aktivita půdy;
- využití obnovitelných zdrojů;
- minimalizace znečištění a odpadů.

Jak je vidět, výhody u tohoto způsobu pěstování biobavlny převládají nad nevýhodami.

2.2.5 Zpracování a zušlechťování biobavlny

Místo chemických úprav se dává přednost mechanickému zpracování. Mnoho technologií je zakázáno. Nesmí se používat dioxin, chlor, formaldehyd, azobarviva, zpomalovače hoření, enzymatické bělení, nemačkové nebo antibakteriální úpravy, těžké kovy. K bělení bavlny se používá bezpečný peroxid vodíku. K barvení je použita kupříkladu přírodní zelenina nebo minerální inkousty a k tisku slouží rostlinná barviva. [19]

2.2.6 Finální úpravy biobavlny

Přírodní náhrada antibakteriálních úprav je chitosan (modifikovaný biopolymer) a zeolit. Chitosan je živočišný polysacharid získávaný ze schránky korýšů, je tak vhodnou variantou používanou u biobavlny. [33]

Pro nemačkovou úpravu se používají náhrady mezi něž patří roztoky jako jsou - neionogenní tenzidy¹ na bázi etoxylovaných alkylfenolů, modifikovaná dihydroxyetylenmočovina a také například Chemotexem nabízený Pedisol N 121 (neionogenní změkčující přípravek). [34, 35]

Biobavlněná vlákna jsou u některých výrobků čištěna a hlazena pomocí peroxidu vodíku. [35]

2.3 Účel certifikace biobavlny

Biocertifikace by měla zaručit podporu prodeje, kvalitu biobavlny a předcházet podvodům. Aby zboží z biobavlny bylo certifikováno, potřebuje mít alespoň 95 % použitých vláken z biobavlny. Certifikace je schvalována třetí osobou (společností), která zahrnuje:

- zákaz používání syntetických vstupních prostředků;
- zákaz geneticky upravované bavlny;
- zemědělskou půdu, která je už očištěna od syntetických hnojiv a pesticidů;
- pravidelné každoroční inspekce;
- přísné kontroly;
- výsledky testování půdy a vody;

¹ Neionogenní tenzidy (v odborné literatuře užívané spíše jako neionické) jsou skupinou látek, která (zejména ty na bázi glykosidů) pocházejí z obnovitelných rostlinných surovin a jsou rychle a dobře biologicky rozložitelné. Tzn. jsou do vysoké míry šetrné k životnímu prostředí. [36]

- detailně psaný výrobní plán (od semen po prodej biobavlny, metody hubení škůdců apod.);
- nemalý poplatek za každoroční inspekci.

Zdali zemědělství zastává všechny kroky, které s organickým pěstováním biobavlny souvisí, rozhodne organizace na základě záznamů od vyškoleného inspektora.

Organická inspekce poskytuje detailní záznamy o pěstování bio bavlny, které musí být právně doložitelné.

Všechny cesty, které biobavlna podnikne až k finálnímu produktu, musí být řádně označeny (certifikát), měly by mít podle směrnic stanovené číslo, obsahovat etiketu a dokumentaci. Hotové zboží by mělo mít označení, že se jedná o zboží vyrobené z biobavlny.

Pokud na štítku, obalu či visače biozboží je uvedeno jméno nebo logo biocertifikátora, pak se skutečně jedná o biooblečení. Tyto certifikační organizace také uvádějí o jaký typ biooblečení se jedná a zároveň uvádějí jejich procentuální podíl použitých vláken z biobavlny. [31]

2.4 Nejznámější světové „bio“ organizace v textilní branži

➤ Organic Trade Association (OTA)



Tato společnost chráníci oblast ekologického zemědělství. Vznikla v roce 1985 v USA a Kanadě. Zakázaná je i geneticky upravovaná bavlna.

Rozlišuje tři úrovně biooznačení:

- 100 % organic - všechny komponenty pochází z kontrolovaného zemědělství
- 95 % organic - 95 % z celkové váhy pochází z kontrolovaného zemědělství
- 70 % organic - 70 % z celkové váhy jsou z biobavlny

➤ Soil Association



Sídlo má v Anglii. Textil, který obsahuje 95 % organic cotton (biobavlnu), má povoleno mít zbývajících 5% jakákoliv vlákna včetně syntetických.

➤ SKAL



Toto sdružení, které sídlí v Nizozemí, provádí přísnou kontrolu všech kroků výroby biobavlny. 5 % z celkové váhy může být syntetická vlákna.

➤ International Association Natur Textile Industry (IVN)



Kontrola od pěstování organické bavlny až po zušlechťování textilního materiálu. V nižší míře povolují používat i suroviny, které nepocházejí z kontrolovaného zemědělství. Oděvní doplňky - vycpávky, zipy, podšívky apod. musí být z přírodního materiálu.

➤ Demeter



Má 18 členů z Evropy, Ameriky, Afriky a Nového Zélandu. Bavlněná vlákna musejí pocházet z biodynamického zemědělství. Vychází z pravidel International Association Natural Textile Industry. Kontrola probíhá ve všech stupních výroby.

➤ Organic Exchange Standard



Zaměřuje se na zvýšení celosvětové produkce biobavlny. Chce zamezit míchání bio přízí s konvenčními bavlněnými přízemi.

➤ Japan Organic Cotton Association (JOCA)



Tato organizace používá tři stupně značení textilních materiálů z biobavlny, která se zpracovává v Japonsku:

- pure - nebarvený a nepotíštěný biotextil
- pure dyed/ pure printed - obarvený nebo potíštěný bio textil
- blend - 60 % bio bavlna, 40 % ostatní přírodní vlákna nebo konvenční bavlna.

➤ Global Organic Textile Standard (GOTS)

Kontrolují produkci, zpracování, balení, značení a transport. 95 % bio textil a 5 % můžou být použity syntetické látky, 70 % biotextil a 30 % syntetický textil nebo vlákna pěstována neorganicky.

➤ KRAV



Švédská organizace, která jako jediná ve svých textilních standardech povoluje používání v nižší míře formaldehyd a halogenové organické sloučeniny. Je aktivním členem mezinárodního spolku biozemědělského hnutí IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements).

2.5 Označení textilního zboží z biobavlny

Jako každý jiný textilní produkt, tak i zboží z biobavlny se označuje řadou log. Tato loga pochází od výrobců nebo prodejců, kteří uvádějí na visačku, štítek nebo obal své logo vlastní registrované značky nebo své kolekce, které bioblečení obsahuje.

➤ Naturline



Tato značka oblečení patří pod švýcarskou maloobchodní společnost Coop, která je šetrná k životnímu prostředí. Zpracovává biobavlnu od firem zařazených do projektu bioRe.

➤ Hess Natur



Jeden z prvních zásilkových obchodů, který začal pod svou značkou nabízet lněné a bavlněné biooblečení.

➤ Ecotton



Dodávají biobavlnu, přízi, látky dovážené z Turecka. Registrovaná značka holandské společnosti BoWeevil. Bavlna je produkována podle evropského předpisu pro organické zemědělství.

➤ Organic cotton

Vyráběn z organické bavlny a bez chemických úprav. [37]

➤ Green Cotton Organic



Značka dánské oděvní společnosti Novotex. Spolupracuje s KRAV a SKAL.

➤ Pure Wear



Značka biotextilu, kterou vlastní zásilková společnost Otto. Je zaměřena na rozvoj ekologickou produkci biobavlny. Je členem Fair Wear Foundation.

➤ BioRe



Značka informující o tom, že oděv je zpracován z biobavlny z farem zařazených do projektu bioRe. Sídlo má v Indii a Tanzanii.

2.6 Přehled současné nabídky textilního zboží z biobavlny v Čechách

Nejvíce se biobavlna zpracovává na letní ošacení, trička, kojenecké oblečení a bytový textil jako jsou ručníky, utěrky a ložní prádlo.

V České republice má nejširší nabídku biooblečení česká rodinná firma ECOVOICE. Tato společnost byla založena v roce 2007 se sídlem na Vysočině. Spolupracuje se dvěma společnostmi z USA, odkud dováží organické zboží. Jejich nabídka zboží z biobavlny je široká, od dětských hraček až po ležérní a společenskou módu pro dospělé. [38]

Na této a následující stránce jsou uvedeny firmy, které mají ve své nabídce zboží z biobavlny (tab.1). Tabulky jsou rozděleny podle typu prodeje a sortimentu zboží. Kolonka opatřená černým obdélníkem znamená, že prodejna má ten druh zboží v nabídce. Z kamenných prodejen se převážně jedná o velké firmy s masivní reklamou a mající pobočky po celé Evropě.

Málokdy má zboží z biobavlny v prodejně svůj stojan postavený zvlášť. Toto zboží je opatřeno visačkou, které zákazníky informuje, že se jedná o biobavlnu. Název organicky pěstované bavlny je na visačkách většinou v angličtině jako Organic cotton.

Z internetových prodejen byly vybrány jen ty prodejny, které mají širokou nabídku zboží z biobavlny. Z tabulky lze vypožorovat, že širokou nabídku zboží mají internetové obchody oproti kamenným obchodům.

Tab. 1 Přehled firem nabízejících zboží z biobavlny v ČR.

Sortiment	Srovnání	Dětské zboží				Bytový textíl			Pánské/ženské			
		dupačky	pleny	tričko	pyžamo	utěrky	ručníky	ložní prádlo	kalhoty/džíný	tričko	spodní prádlo	sveč
Kamenná prodejna	H&M		■	■	■				■	■		■
	C&A	■		■	■				■	■	■	■
	ZARA								■			
	M&S	■		■			■		■	■		■
	Mustang								■			
	Levis								■	■		
Internetový prodej	www.biosfera.cz	■	■	■	■		■	■		■	■	
	www.mamaja.cz		■									
	www.biooblečení.cz	■		■	■							
	www.switchat.cz									■		
	www.ecovoice.cz	■		■	■					■		■
	www.oto-shop.cz								■	■		
	www.znovuzrození.cz	■	■	■	■		■		■	■		■
	www.fugu.cz	■		■						■	■	
	www.ecomammi.cz	■	■	■	■	■	■			■	■	■
	www.tutina.cz		■	■	■	■		■				

3 MARKETINGOVÝ PRŮZKUM

Marketingový průzkum je soubor všech činností týkající se krátkodobého a aktuálního zjišťování trendů na trhu. Jeho cílem by měly být poznatkové metody pro současnou orientaci na trhu a pro předvídání budoucího vývoje.

Práce se zabývá marketingovým průzkumem na téma postojů ohledně zboží z biobavlny. Tyto vědomosti byly čerpány z knižních zdrojů 3 a 4.

3.1 Plán marketingového průzkumu

Marketing se skládá z několika kroků, a proto si musíme vytvořit postup při marketingovém průzkumu. Ten nám zajistí kontrolu průběhu průzkumu a do značné míry i jeho kvalitu.

Plán průzkumu by měl obsahovat:

1. Definování problému výzkumu.
2. Stanovení cíle průzkumu.
3. Sekundární data.
4. Návrh koncepce marketingového průzkumu - metody sběru primárních dat, výběr respondentů, techniky výzkumu, vzorový dotazník.

3.1.1 Definování problému výzkumu

Marketingový průzkum v tomto bodě pojednává proč a za jakým účelem mají být informace získávány, abychom mohli jasně formulovat, specifikovat a identifikovat problém.

Tímto průzkumem chtějí být sesbírány informace ohledně toho, jak se dnešní lidé staví k nabídce zboží z biobavlny v prodejnách. Zda český spotřebitel ví o přednostech textilních výrobků z biobavlny, případně o jaké výrobky z biobavlněných vláken je největší zájem.

3.1.2 Stanovení cílů výzkumu

Stanovení cílů výzkumu v podstatě znamená specifikaci a ujasnění těch informací, které potřebujeme získat. Cílem výzkumu je zjistit vztah a názory na textilní zboží z biobavlny.

Po vytyčení předchozích problémů je důležité stanovit tyto cíle výzkumu a zjistit:

- zda už mají respondenti zkušenosti s nakupováním textilních výrobků označených jako BIO;
- jejich zájem (postoje) o tyto výrobky;
- jejich vnímání ceny;
- jejich spotřební chování a kupní charakteristiku;
- v jakých typech obchodů se zbožím nejčastěji nakupují;
- čemu dávají přednost při výběru oblečení.

3.1.3 Sekundární data

Sekundární data jsou data, která již existují a byla nasbírána a publikována k jiným účelům. Jedná se především o data získaná externím způsobem, která jsou dostupná z různých publikovaných zdrojů. Sekundární data v této práci vycházejí z informací získaných z internetu a katalogů.

3.1.4 Návrh koncepce marketingového průzkumu

Návrh koncepce marketingového průzkumu je vlastně návod na provedení vlastního výzkumu, jak postupovat při návrhu, co a za jakých okolností budeme dělat a koho se budeme ptát. Zahrnuje všechny metody a postupy, techniky sběru dat, velikost vzorku a způsob kontaktování respondentů. Na základě těchto získaných dat se stanoví konkrétní informace.

Metody sběru primárních dat

Metoda sběru primárních dat je fáze realizace dotazování, která zahrnuje metody výběru respondentů, určení techniky sběru dat a velikost vzorku. Informace, které se získají, by měly být kvalitní, přesné, aktuální, úplné, spolehlivé a pravdivé.

Jedno z možných členění průzkumu je členění na kvantitativní nebo kvalitativní výzkum. Pro tento průzkum byl vybrán kvantitativní a kvalitativní průzkum, který zkoumá počet výskytů nějakého stavu nebo jevu, ale také zjištění postojů, reakcí a vnímání respondentů.

Pro tento průzkum je nejvhodnější metoda sběru dat dotazováním z důvodu velké použitelnosti, všestrannosti, okamžité odezvy a možností získat hodně informací v poměrně krátkém čase. Také je použito písemné dotazování formou elektronického

dotazování pro urychlení a zvýšení počtu dat. Jeho výhodou je rychlé, jednoduché a levné získání dat.

Techniky výzkumu

Nejpoužívanější a nejvhodnější technikou dotazování je osobní dotazování, kde tazatel hovoří přímo s respondenty formou individuálního rozhovoru. Pro osobní dotazování bude využito striktně strukturovaného dotazníku, kdy informace jsou dány pevně formulací a řazením otázek.

Výběr respondentů

Vzorek respondentů byl vybírán náhodně. Výběrovým souborem byli obyvatelé České republiky převážně ze Středočeského a Libereckého kraje ve věkovém rozpětí od 20 do 50 let. Velikost výběrového souboru byl 100 respondentů.

Dotazování probíhalo:

- „na ulici“ - náhodný výběr respondentů;
- v obchodních centrech - vyplnění dotazníků přímo v obchodních centrech;
- rozesíláním dotazníků prostřednictvím emailů

Vzorový dotazník

Dotazník, který byl použit v tomto průzkumu, je součástí přílohy 2.

3.2 Analýza a vyhodnocení získaných informací

Použit byl dotazník obsahující 13 otázek. Tato analýza vznikla až po vyhodnocení informací z dotazníku. Termínem dotazování byl březen 2008.

Jsou zde uvedeny dotazníkové otázky s procentuálním vyhodnocením.

3.2.1 Vyhodnocení filtračních otázek

Na dotazník odpovědělo celkem 100 respondentů ze Středočeského a Libereckého kraje. Přibližně 58 % bylo dotazováno v Mladé Boleslavi a zbývajících 42 % ve Středočeském a v Libereckém kraji, z čehož bylo 86 % žen a 14 % mužů ve věkovém rozpětí od 20 do 50 let. Ženy byly vybírány záměrně více než muži z toho důvodu, že ženy mají v módě a v praktických věcech jako je nakupování do domácnosti větší nadhled než muži.

Věková skupina byla rozdělena podle věkového rozmezí, díky kterému rozpoznáme základní charakteristiky respondentů (tab. 3). Tyto charakteristiky jsou předběžně předvídány. Na základě vyhodnocení dotazníků bylo nejvíce respondentů ve věkovém rozhraní od 20 do 30 let (tab. 2).

Tab. 2 Zastoupení respondentů podle věkových skupin

skupina	I.	II.	III.	IV.
věk	20 - 30	31 - 40	41 - 50	51 a výš
zastoupení	65%	28%	6%	1%

Tab. 3 Charakteristika věkových skupin respondentů

<p>Skupina I.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ukončení studia, • zakládání rodiny, • nakupování zboží pro děti a domácnost, • nakupování přes internet nebo v kamenných obchodech, • upřednostňována kvantita před kvalitou, • přednost módnosti, stylu a vzhledu, • finanční nestabilita. 	<p>Skupina II.</p> <ul style="list-style-type: none"> • finanční stabilita, • nakupování převážně oblečení pro sebe, • nakupování v kamenných obchodech, • upřednostňována kvalita před kvantitou.
<p>Skupina III.</p> <ul style="list-style-type: none"> • finanční stabilita, • nakupování oblečení pro sebe, • nakupování v kamenných obchodech, • přednost pohodlnosti. 	<p>Skupina IV.</p> <ul style="list-style-type: none"> • finanční stabilita, • upřednostňování levnějšího zboží, • nezájem módnosti a stylu oblečení, • nakupování v kamenných obchodech, • přednost pohodlnosti.

Nejvyšší dosažené vzdělání u dotazovaných respondentů bylo středoškolské s maturitou (41 %), 43 % dotázaných mělo dokončeno střední odborné učiliště.

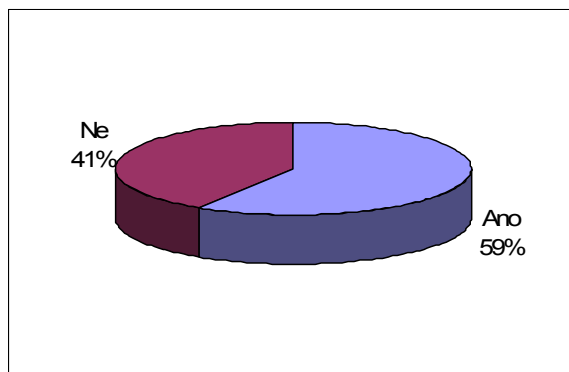
Co se týče zaměstnání respondentů - tak nejvíce dotazovaných bylo z řad prodavaček (15 %), dělníků (11 %) a administrativních pracovníků (10 %). Nejméně dotazováni byli důchodci (3 %).

3.2.2 Vyhodnocení otázek o subjektu

Dotazník je uveden v příloze 2. Tato část práce je věnována výhradně vyhodnocování tohoto dotazníku. Je rozdělena podle příslušných otázek a vyhodnocena podle odpovědí respondentů.

Znáte z prodejen nebo z vlastní zkušenosti zboží označené jako BIO Cotton (BIO CO, BIO bavlna)?

Na základě dotazování většina respondentů nevěděla dokonce co to biobavlna ve skutečnosti je. Mnoho z nich si biobavlnu odvodilo od bio zeleniny nebo bio ovoce. Někteří z nich si vzpomněli na prodejny, které zahrnují do své nabídky s oblečením i zboží z biobavlny. Naprostá většina dotazovaných si myslela, že je to „čistá“ bavlna nebo nejlepší egyptská bavlna.



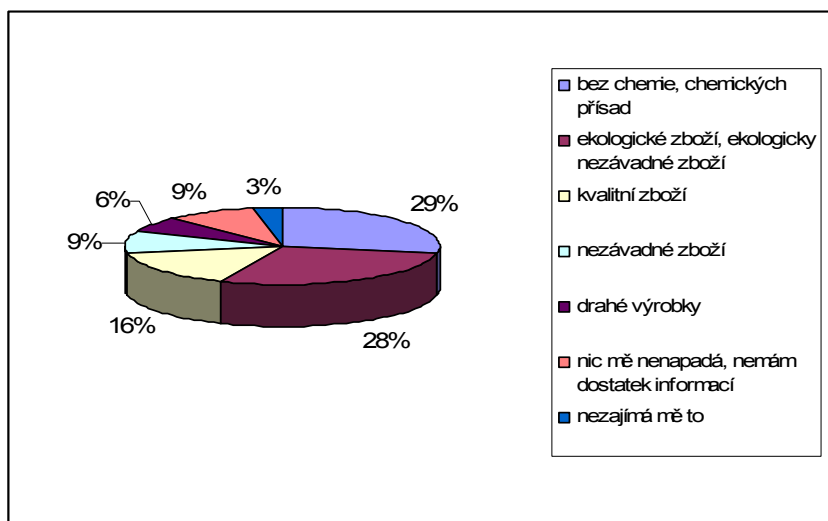
Obr. 2 Znalost biobavlny na trhu

64 % dotazovaných, kteří měli nižší vzdělání, odpovědělo, že nevědí, co to biobavlna je. Pouhých 6 % dotazovaných s vyšším vzděláním odpovědělo na tu a samou otázku také negativně. Z toho vyplývá, že lidé s vyšším vzděláním mají větší přehled než lidé se vzděláním nižším (obr. 2).

Co si pod názvem biobavlna představíte?

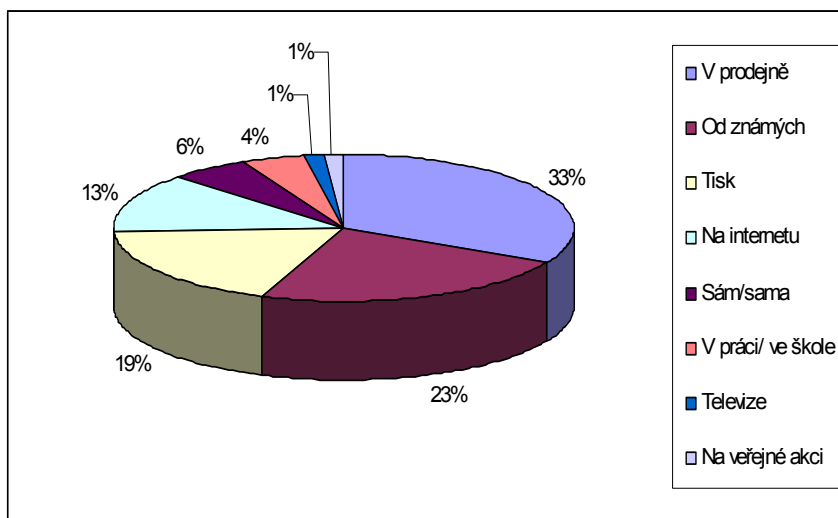
Pod názvem biobavlna si mnoho respondentů představí, že je bez chemie, chemických přísad, nebo jako třetí důvod uvádějí, že je to ekologicky nezávadné zboží. 16 % dotázaných má biobavlnu spojenou s názvem kvalitní zboží. Pouhých 3 % dotazovaných volilo kolonku „nezajímá mě to“. Většina z dotazovaných raději zvolila kolonku, že je nic nenapadá nebo že nemají dostatek informací (obr. 3). Z toho se může usoudit, že respondenty téma biobavlny zajímá.

Respondenti měli možnost zvolit více odpovědí.



Obr. 3 Co se respondentům vybaví pod názvem biobavlna

Kde jste se o bio bavlně dozvěděl(a)?



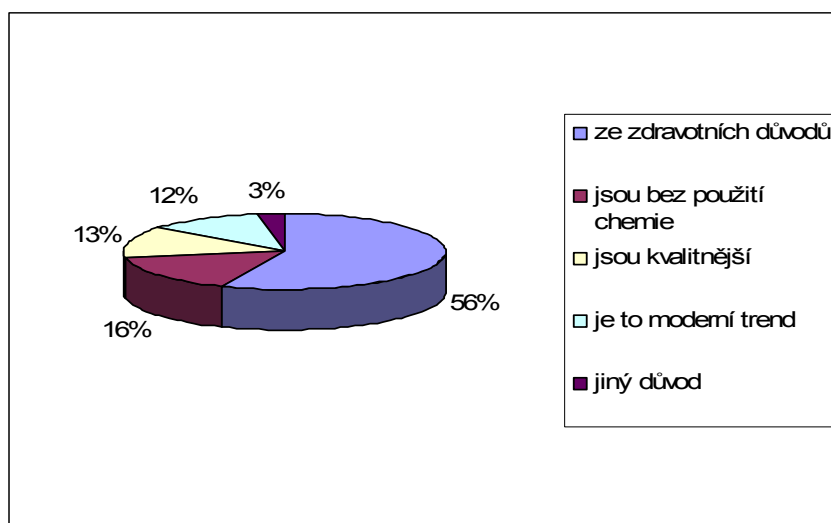
Obr. 4 Způsob jak se respondenti dozvěděli o biobavlně

Respondenti se o biobavlně nejvíce dozvěděli v prodejnách (33 %), kde prodejci měli zboží z biobavlny uvedeno ve své nabídce. Na dotaz, o jakou prodejnu se jedná, se shodli téměř všichni dotazovaní. Mezi prodejny uváděli nejvíce obchody C&A a H&M, kteří mají nejen širokou nabídku zboží z biobavlny, ale také nezapomínají na podporu prodeje tohoto zboží.

Dalšími častými způsoby, jak se respondent o biobavlně dozvěděl, byly od známých (23 %) a z tisku (19%). Mezi tisk uváděli převážně katalogy a noviny. Respondenti měli možnost zvolit více odpovědí (obr. 4).

Existují důvody, proč byste začal(a) nakupovat zboží z biobavlny?

56 % respondentů by začalo kupovat zboží z biobavlny ze zdravotních důvodů, tedy ve spojení s jejich aktuálním zdravotním stavem. Druhým častým důvodem je to, že zboží z biobavlny je respondenty posuzováno jako zboží bez použití chemie (obr. 5).



Obr. 5 Důvody, proč by respondenti začali nakupovat zboží z biobavlny

Zájem a nabídka zboží z bio bavlny

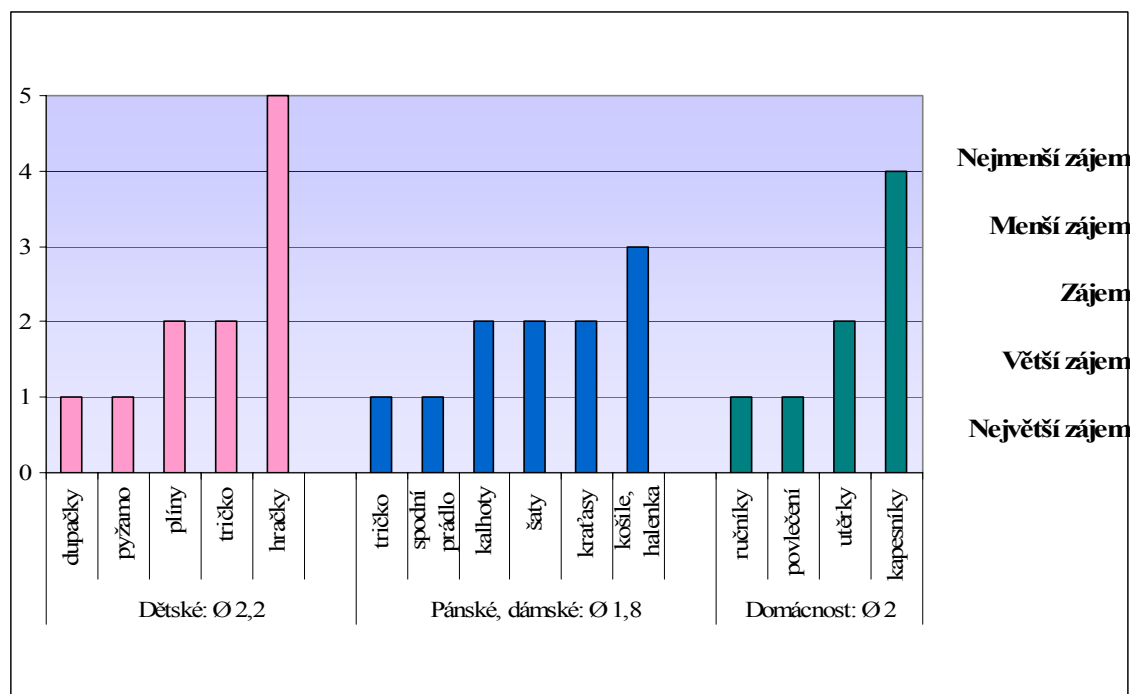
Při otázce, zda by dotazovaní měli zájem o zboží z biobavlny, odpovědělo 90% všech dotázaných, že by zájem mělo. Pouhých 10 % dotázaných převážně ve věkovém rozmezí od 41 do 50 by o tento druh zboží zájem nemělo. Při záporné odpovědi respondenti uvedli, že stále nevidí rozdíl mezi bavlnou a biobavlnou nebo že nejsou ještě dostatečně informováni.

Na otázku, jestli nabídka zboží z biobavlny na trhu v dnešní době postačuje, odpovědělo 53 % respondentů převážně ve věkovém rozmezí od 20 do 30 tak, že hodnotí tuto nabídku jako neuspokojivou. 47 % dotázaných ve věkovém rozmezí od 31 - 40 odpovědělo, že jim tato nabídka na trhu postačuje a se sortimentem zboží v kamenných i internetových prodejnách jsou spokojeni.

Další zjištěnou skutečností je ta, že respondenti nakupují zboží raději v obchodech než na internetu. Z výzkumu vyplynulo, že 92 % dotázaných nakupuje v obchodech a pouhých 8 % nakupuje častěji na internetu než v prodejnách. V těchto 8 % odpovídaly hlavně ženy na mateřské, které nemají čas na zdlouhavé vybírání v kamenných obchodech.

O jaký druh zboží z biobavlny byste měl(a) zájem?

Jak z grafu vyplývá, ze sortimentních kategorií by měli respondenti největší zájem o pánské a dámské oblečení (vyjadřující průměrnou známku 1, 8) a to o trička a spodní prádlo, které získaly nejlepší celkový průměr 1. Podle průzkumu vyplývá, že by nejméně nakupovali košile nebo halenku, které byly ohodnoceny celkovým průměrem 3. V tomto případě respondenti vybírali takový typ oblečení, které se nosí každý den.



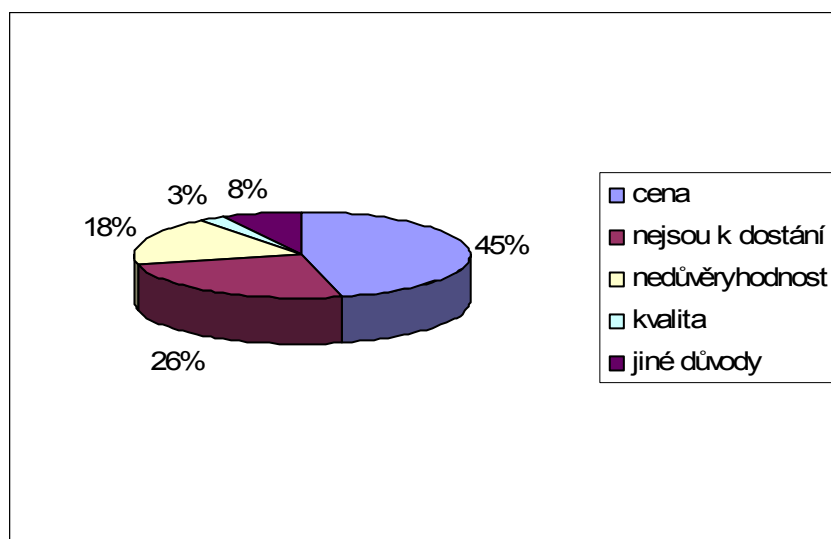
Obr. 6 Zájem respondentů o konkrétní sortimentní kategorie výrobků z biobavlny

Ze sortimentu bytových textilií (celkový průměr byl 2) by měli největší zájem o ručníky a povlečení z biobavlny. Nejmenší byl zájem o kapesníky, které byly ohodnoceny průměrem 4.

Ze sortimentu dětského zboží by respondenti dítěti kupovali pyžamo a dupačky z biobavlny (průměrná známka, vyjadřující zájem o celou kategorii dětského zboží, je 2,2) a nejmenší zájem by měli o hračky, které byly ohodnoceny nejnižší průměrnou známkou ze všech - 5 (obr. 6).

Co je pro vás hlavní překážkou pro nákup zboží z biobavlny?

Nejčastěji zvolenými překážkami pro nákup zboží z biobavlny je u 45 % respondentů cena. Tuto variantu zvolili hlavně respondenti ve věkovém rozmezí od 41 do 50 let. Pro 26 % respondentů ve věkovém rozmezí od 20 do 30 let je rovněž překážka, že toto zboží není na trhu k dostání. Nedůvěryhodnost zboží vyvolala biobavlna u 18 % dotazovaných, kteří stále nevěří, že byla pěstována podle předepsaných přísných norem a že je to kamufláž prodejců a výrobců (obr. 7).

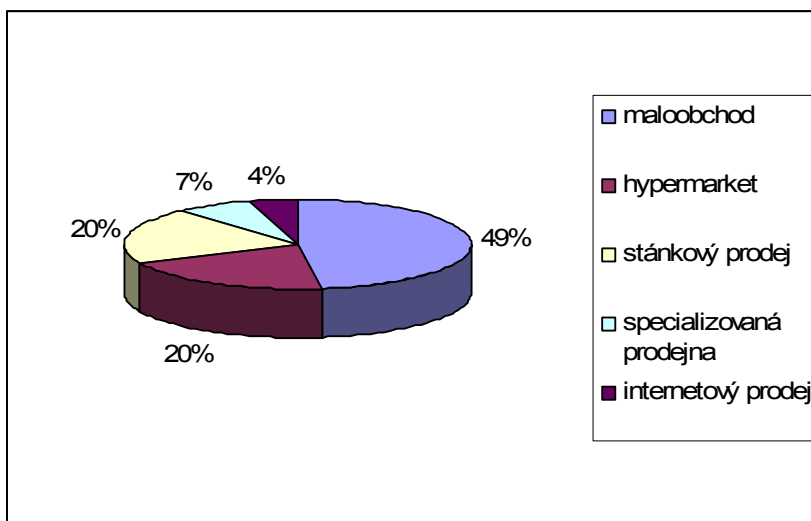


Obr. 7 Překážky pro nákup zboží z biobavlny

Kde nejčastěji nakupujete zboží typu lůžkovin, ručníků, utěrkovin?

Ze všech dotazovaných, a to převážně ve věkovém rozmezí od 31 do 40 let, nejvíce odpovědělo, že nakupují zboží tohoto typu v maloobchodě. Tito respondenti si rádi připlatí za kvalitní zboží. Kolonku hypermarket a stánkový prodej zaškrtnli nejvíce ti respondenti, kteří se pohybují ve věkovém rozmezí od 20 do 30 let.

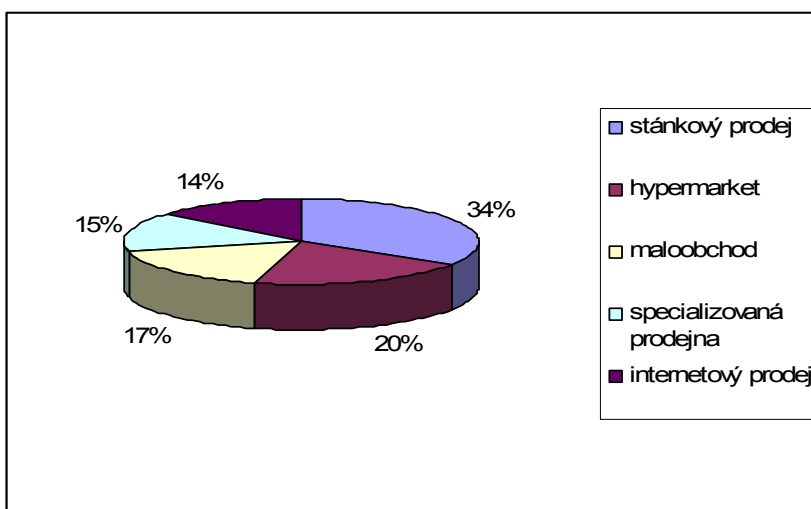
Z průzkumu vyplývá, že maloobchod je pro respondenty dražší než hypermarket, který je sice levnější, ale jeho kvalita zase na druhou stranu trochu zaostává. Specializovaná prodejna je pro všechny skupiny drahá a kupují zde zboží tohoto typu nejméně (obr. 8).



Obr. 8 Místo nákupu zboží typu lůžkovin, ručníků a utěrkovin

Kde nejčastěji nakupujete dětské zboží?

Většinová část respondentů ve věkovém rozmezí od 20 do 30 let zvolila, že nejvíce nakupují dětské zboží ve stánkovém prodeji nebo v hypermarketu. K tomu dále uváděli, že záleží na tom o jaký typ oblečení se jedná. Pokud se jedná o dětské oblečení, které má být v kontaktu s pokožkou, nakupují spíše v maloobchodě nebo ve specializované prodejně (obr. 9).

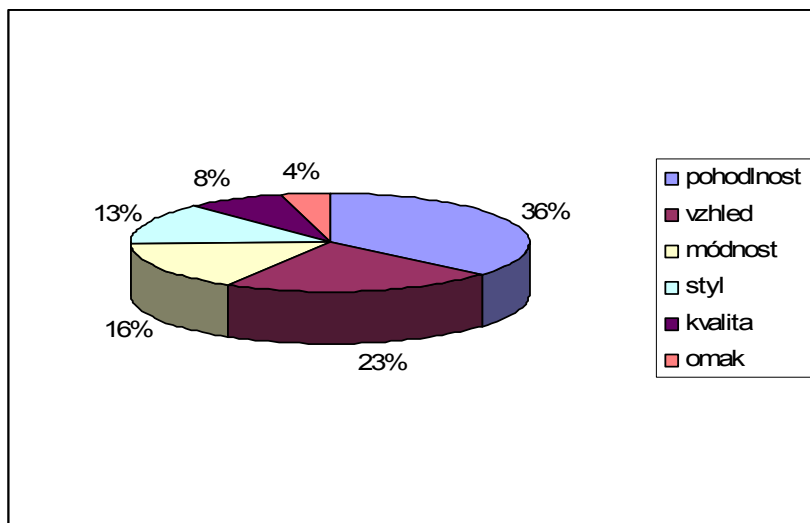


Obr. 9 Místo nákupu dětského zboží

Oblečení, které nosí jako druhou vrstvu, a tudíž ji většinou děti ušpiní, kupují dotázaní nejvíce ve stánkovém prodeji nebo v hypermarketu, protože se předpokládá jejich nízká cena. V této části nezaostává pozadu internetový prodej, neboť uvádějí, že nemají čas vybírat oblečení v kamenných obchodech.

Čemu dáváte přednost u výběru oblečení?

36 % dotázaných převážně ve věkovém rozmezí od 31 do 50 let uvedlo, že dávají přednost pohodlnosti. Vzhled, módnost a styl volili nejvíce respondenti ve věkovém rozmezí od 20 do 30 let. Je až překvapivé, že kvalita zůstala na předposledním místě (obr. 10). Respondenti měli možnost zvolit více odpovědí.

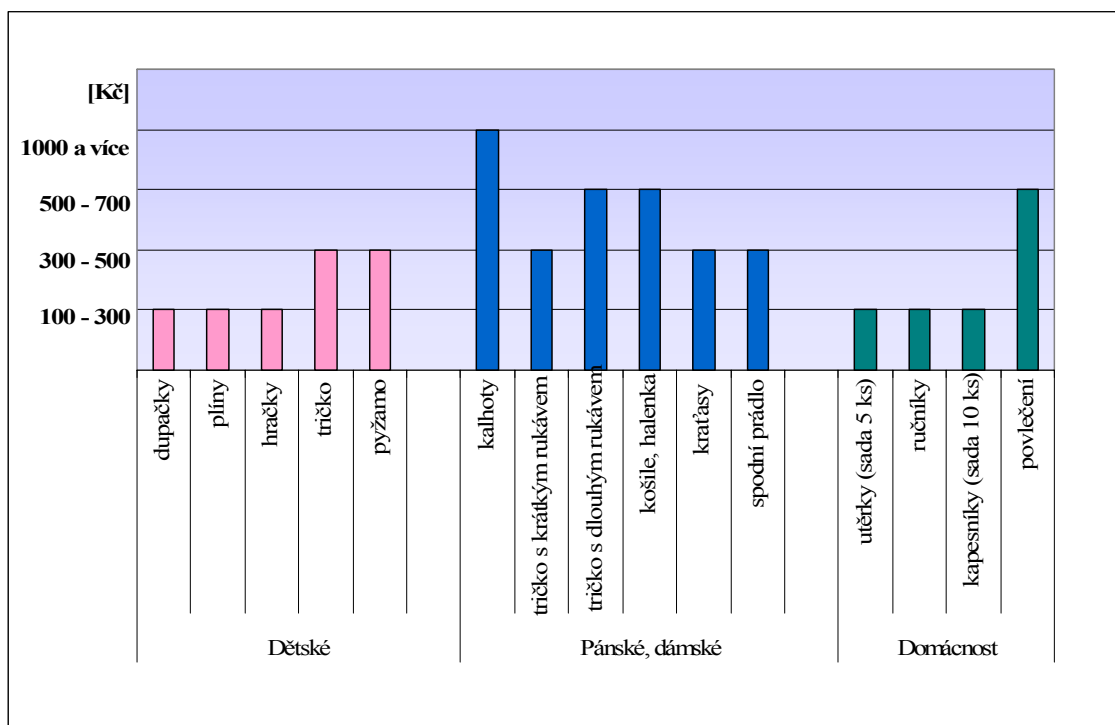


Obr. 10 Přednost u výběru oblečení

Kolik byste byli ochotni zaplatit za určité zboží z biobavlny, které by Vás zajímalo nebo které pravidelně nakupujete?

Z průzkumu vyplývá, že dotazovaní by byli ochotni připlatit za pánské a dámské oblečení z biobavlny průměrně o 100 až 200 korun více než u oblečení z konvenční bavlny.

U bytových textilií tomu tak říci nelze, neboť by nebyli ochotni zaplatit více než je tomu cenově u klasické bavlny. Co se dětského zboží týče, respondenti by byli ochotni si připlatit průměrně o 100 až 200 korun u trička a pyžama z biobavlněného materiálu (obr. 11).



Obr. 11 Kolik by byli respondenti ochotni zaplatit za zboží z biobavlny

3.3 Interpretace výsledků zjištěných z průzkumu

Na základě výsledků průzkumu byl zjištěn zájem o biobavlnu ze strany spotřebitelů bavlněného textilního zboží. Necelá polovina respondentů nevěděla co to biobavlna vlastně je. Druhá polovina respondentů, která se již s biobavlnou setkala ať už prostřednictvím obchodu, tisku nebo od známých, uváděla, že jsou buď málo informovaní nebo že těmto výrobkům nedůvěřují. Mnoho respondentů má také biobavlnu spojenou s vysokou cenou.

Podle marketingového průzkumu byl zjištěn největší zájem o zboží z biobavlny ze strany mladých lidí ve věkovém rozmezí od 20 do 30 let. Jediná překážka by pro ně byla, že by zboží z biobavlny nepodléhalo módním trendům. Ve věkovém rozmezí od 31 do 40 let byl zjištěn zájem pouze o oblečení z biobavlny. Hlavní překážka je pro ně cena. Ve věkovém rozmezí od 41 do 50 let byl zjištěn převážně nezájem o toto zboží z biobavlny. Spočívá hlavně v nedůvěřivosti v pravost biobavlny.

4 PROPAGACE TEXTILNÍHO ZBOŽÍ Z BIOBAVLNY

Na základě vyhodnocení dotazníků byla zjištěna tato negativa ohledně respondentů a jejich odpovědí:

- polovina respondentů nevěděla, co je to biobavlna;
- respondenti byli málo informovaní;
- nedůvěřivost těmto výrobkům;
- zboží z biobavlny nepodléhá módním trendům;
- nevědí, kde zboží z biobavlny mohou koupit, popř. najít v obchodě.

Východiskem těchto negativ by bylo zlepšení marketingové strategie ze strany maloobchodníků a organizací, které poskytují certifikaci biobavlny.

4.1 Návrhy na propagaci zboží z biobavlny

Marketingová komunikace, propagace a reklama jsou velmi důležité co se týče komunikace firmy se zákazníky. Touto formou by bylo vhodné ze strany maloobchodníků informovat své zákazníky pomocí reklamy o vlastnostech textilního zboží z biobavlny. Zákazníky by bylo vhodné informovat **reklamními poutači** přímo v obchodě a v blízkosti tohoto zboží. Dále by bylo účelné také zákazníky zaujmout **prospekty a plakáty**, neboť zákazníci si všímají velkých plakátů, obzvláště pokud jsou vystavené ve výloze i s konkrétním zbožím. Čím více reklamních prvků, tím lépe bude reklama fungovat a zákazníci si zboží lépe zapamatují. Bylo by vhodné mít v prodejně také místo pro **brožury** nebo **letáky**, které jsou vhodné zejména pro to, že zákazník si to může přečíst prakticky kdykoliv a kdekoliv (názorný leták na další stráně - obr. 12). [3]

Další cestou, jak informovat zákazníky, by bylo prostřednictvím **public relations** a to konkrétně **články** v tisku a v časopisech a jiných **publikacích**. Tímto způsobem mohou být zákazníci informováni podrobněji o zboží z biobavlny, popř. o biobavlně. [3]

Mezi přímý marketing se řadí převážně **katalogy**. Zákazníci by měli možnost vidět, že zboží z biobavlny podléhá módním trendům. Katalog by byl zaměřen jen na zboží z biobavlny, nebo by měl věnovanou příslušnou část, kde by bylo jasně uvedeno, že používaný materiál je z biobavlny. V katalogu by nemělo chybět logo příslušného certifikátora, který by zákazníky utvrdil v pravost tohoto zboží. [3]

4.2 Doporučené zviditelnění zboží z biobavlny

Prodejci by měly zboží z biobavlny oddělit od zboží z bavlny. Nejvhodnějším řešením tohoto problému je, aby zboží z biobavlny mělo svůj regál, s příslušným reklamním poutačem, kde by byl vedle umístěn box s letáky a prospekty. U pokladny by bylo možné si vzít aktuální katalog o tomto zboží. Prodavači by ho dávali automaticky ke každému nákupu. Velkým přínosem pro zákazníky by bylo uvést i logo certifikátora a uvést, k čemu se toto logo vztahuje.

Co je to BIOBAVLNA?

Biobavlna oproti bavlně pochází z ekologicky kontrolovaného zemědělství, neobsahuje žádné pesticidy ani chemické prostředky a to již od zasazení až po konečnou úpravu textilie. Nezatežuje životní prostředí, nezpůsobuje alergické reakce a dbá na přírodní samoregulaci.

Jaké je její značení?

BIOBAVLNA
ORGANICKÁ BAVLNA
BIO COTTON
ORGANIC COTTON

Jaká jsou loga, která potvrzují pravdivost a kvalitu biobavlny?

Obr. 12 Návrh propagačního letáku pro zboží z biobavlny

Dalším problémem u zákazníků je také to, že si často pletou biobavlnu s pojmy jako jsou 100 % bavlna, čistá bavlna a přírodní bavlna. Ani jeden z těchto názvů neoznačuje to, že byla pěstována podle přísných ekologických norem. Bylo by vhodné proto obeznámit zákazníky s těmito pojmy a to formou příslušných marketingových prvků jako jsou letáky a brožury.

Vhodné pro zákazníky by bylo, kdyby prodejci uvedli, kterými vhodně šetrnými výrobky lze biobavlnu prát a kde je možné tyto výrobky zakoupit, popř. je zavést do nabídky ke zboží z biobavlny. Informovat je mohou opět prostřednictvím letáků, brožur, prospektů a katalogů.

ZÁVĚR

Cílem této práce bylo shromáždění informací týkající se pěstování a zpracování bavlny a biobavlny a následná nabídka způsobů propagace zboží z biobavlny. Marketingovým průzkumem byly zjištěny postoje respondentů k biobavlně. Na základě těchto postojů bylo vytvořeno doporučení týkající se propagace a zviditelnění zboží z biobavlny.

Bavlna byla a stále je celosvětově nejrozšířenějším přírodním vláknem, neboť jejím významným bodem je všestranné použití pro všechny sortimenty zboží. Vysoká poptávka po bavlně si vysloužila negativní dopad na životní prostředí kvůli bavlnářskému průmyslu, který se snažil uspokojit tuto poptávku použitím a vynalézáním chemických prostředků. Tyto chemické prostředky se rok od roku stále zvyšují. Tímto zvyšováním trpí nejen zvířata, která se v okolí pohybují, ale i lidé pracující na poli. K této bavlně se naskytá alternativa biobavlny, která je vůči chemickým prostředkům imunní.

Pěstování biobavlny je dlouhodobá a velmi nákladná záležitost, která se neobejde bez pomoci různých institucí. Potenciální zemědělci a výrobci biobavlny by měli brát v potaz to, že pěstování organické bavlny není lukrativní záležitost. Zemědělci musejí každodenně bojovat s nepřáteli bavlny bez použití jakýchkoliv pesticidů a chemických prostředků. Proces přechodu z bavlny na biobavlnu trvá 3 roky a mezitím nemůže být prodávána jako biobavlna. Zboží z biobavlny je drahé právě kvůli všem těmto krokům.

Zlepšování životního prostředí, textilní zboží bez obsahu použitých chemikálií a celkový celostní přístup ke zlepšení ekologických a ekonomických podmínek je významným motivem proč kupovat právě zboží z biobavlny.

Marketingovým průzkumem byli zjištěny postoje respondentů k biobavlně. Na základě těchto postojů bylo vytvořeno doporučení týkající se propagace a zviditelnění zboží z biobavlny.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] Ákoš, P.: Průmyslová revoluce. O původu moderní techniky. Praha: ISV, 2002. ISBN 80-86642-02-X.
- [2] Staněk, J.: Textilní zbožíznalství. Vláknenné suroviny, příze a nitě. Liberec: TUL, 2002. ISBN 80-7083-555-9.
- [3] Dědková, J., Honzáková, I.: Základy marketingu. Liberec: TUL, 2003. ISBN 80-7083-749-7.
- [4] Símová, J.: Marketingový výzkum. Liberec: TUL, 2005. ISBN 80-7372-014-0.

Internetové stránky:

- [5] The story of cotton [online], [citováno 5. února 2008] Dostupné na internetu <http://www.cotton.org/pubs/cottoncounts/story/>
- [6] The story of the cotton gin [online], [citováno 5. února 2008] Dostupné na internetu http://www.essortment.com/all/cottongin_rciv.htm
- [7] Story of cotton [online], [citováno 5. února 2008] Dostupné na internetu <http://www.cottonsjourney.com/Storyofcotton/page2.asp>
- [8] Brief history of the cotton industry[online], [citováno 5. února 2008] Dostupné na internetu <http://www.saburchill.com/history/chapters/IR/014.html>
- [9] Cotton incorporated[online], [citováno 10. února 2008] Dostupné na internetu <http://www.cottoninc.com/Sustainability/>
- [10] Oděvy dnes [online], [citováno 10. února 2008] Dostupné na internetu <http://www.zelenapumpa.cz/soubory/o0000000515.pdf>
- [11] Foreign cotton area and production for 2006/07 expected to increase following higher world cotton prices 2005/06 [online], [citováno 5. února 2008] Dostupné na internetu http://www.pecad.fas.usda.gov/highlights/2006/02/foreigncotton_09feb2006/
- [12] Wikipedie. Otevřená encyklopedie [online], [citováno 5. února 2008] Dostupné na internetu http://cs.wikipedia.org/wiki/Hlavn%C3%AD_strana
- [13] Pesticide usage in the United States: History, benefits, risks, and trends[online], [citováno 15. února 2008] Dostupné na internetu <http://pubs.caes.uga.edu/caespubs/pubcd/B1121.htm>
- [14] Maggie's Story- the enviroment [online], [citováno 15. února 2008] Dostupné na internetu <http://www.maggiesorganics.com/theenvironment.php>

- [15] Oděvy v souvislostech [online], [citováno 15. února 2008] Dostupné na internetu <http://www.veronica.cz/?id=219>
- [16] Pleydel, J. B.: Cotton without chemicals: Fashion designers are making organic cotton a selling point. [online], [citováno 16. února 2008] Dostupné na internetu <http://www.newscientist.com/article/mg14319444.200-cotton-without-chemicals-fashion-designers-are-makingorganic-cotton-a-selling-point-jasper-pleydellbouverie-reports-on-theproblems-facing-growers-as-they-try-to-met-the-demand-.html>
- [17] Historie, současnost a perspektivy Fair Trade v Evropě a jeho možnosti v České Republice [online], [citováno 5. února 2008] Dostupné na internetu <http://www.fairtrade.cz/upload/pavelch-diplomka%20HEN%20last%20version.pdf>
- [18] Cotton from field to fashion facts behind the fiber [online], [citováno 17. února 2008] Dostupné na internetu http://www.lotusorganics.com/articles/cotton_facts.aspx
- [19] Result of proficiency test heavy metals and free formaldehyde in textile November 2005 [online], [citováno 20. února 2008] Dostupné na internetu <http://www.iisnl.com/pdf/IIS05A03X.pdf>
- [20] Organic versus conventional cotton [online], [citováno 21. února 2008] Dostupné na internetu http://www.phoenixorganics.com/4054/organic_cotton.html
- [21] Antimicrobial textiles - an overview [online], [citováno 22. února 2008] Dostupné na internetu <http://www.ieindia.org/publish/tx/0204/feb04tx4.pdf>
- [22] Finální úpravy textilií [online], [citováno 22. února 2008] Dostupné na internetu http://www.ft.tul.cz/depart/ktc/dokumenty/skripta/zuslechtovani_textilii/finalni_upravypdf
- [23] Nemačková, nežehlivá, nesráživá úprava - Přednáška 4 [online], [citováno 1. března 2008] Dostupné na internetu http://www.ft.tul.cz/depart/ktc/dokumenty/skripta/finalni_upravyprednaska_4.pdf
- [24] Fránek, T.: V šatech z Asie přišlo riziko rakoviny [online], [citováno 5. února 2008] Dostupné na internetu <http://aktualne.centrum.cz/ekonomika/svetova-ekonomika/clanek.phtml?id=302685>
- [25] Nachtamannová, I.: Proč je biobavlna tak drahá? [online], [citováno 5. dubna 2008] Dostupné na internetu <http://www.ekolist.cz/zprava.shtml?x=1970284>
- [26] Limitations on organic cotton production [online], [citováno 1. dubna 2008] Dostupné na internetu http://www.icac.org/cotton_info/tis/organic_cotton/documents/2003/e_march.pdf

- [27] Why harmony art organic cotton? [online], [citováno 10. dubna 2008] Dostupné na internetu <http://www.harmonyart.com/organic-textiles/OrganicVSConventional.pdf>
- [28] Suitable varieties for organic cotton production [online], [citováno 10. dubna 2008] Dostupné na internetu http://www.icac.org/cotton_info/tis/organic_cotton/documents/1993/e_suitablevarieties.pdf
- [29] Key factors in dissemination and extension tools [online], [citováno 10. dubna 2008] Dostupné na internetu http://www.helvetas.ch/global/pdf/topic/biobaumwolle/2005_symposium/Referat_2_Ey_horn.pdf
- [30] Organic cotton production [online], [citováno 10. dubna 2008] Dostupné na internetu <http://attra.ncat.org>
- [31] Woods, Ch.: Seminole County inmates raises „beneficial bugs“ for UF and USDA researches [online], [citováno 5. února 2008] Dostupné na internetu <http://news.ufl.edu/2004/11/08/prison-bigs/>
- [32] Biofunctional textiles and the skin [online], [citováno 15. dubna 2008] Dostupné na internetu <http://content.karger.com/ProdukteDB/produkte.asp?Doi=93938>
- [33] Chemotex, Produkty [online], [citováno 15. dubna 2008] Dostupné na internetu http://www.chemotex.cz/index.php?lang=cz&typ=6&typ_vypisu=2&skupinka=35
- [34] Textilní pomocné přípravky SYBRON [online], [citováno 20. dubna 2008] Dostupné na internetu <http://www.inotex.cz/?tab=3&sel=sybron&lang=cz#pre-treatment>
- [35] Poradna [online], [citováno 22. dubna 2008] Dostupné na internetu http://www.probioliga.cz/index.php?selected=1243&question_oid=59
- [36] Biospotřebitel [online], [citováno 22. dubna 2008] Dostupné na internetu <http://www.biospotrebitel.cz/>
- [37] ECOVOICE [online], [citováno 5. února 2008] Dostupné na internetu <http://www.ecovoice.cz/>

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1	Katalog C&A - nabídka zboží z biobavlny
Příloha 2	Dotazník